

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di UD. Jenang Kelapa Muda, Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan aspek-aspek tertentu. Penentuan lokasi penelitian ini dipertimbangkan atas dasar beragamnya konsumen dan perbedaan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk di UD. Jenang Kelapa. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei – Juni 2019.

3.2 Populasi dan Sampel

Metode penentuan responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *nonprobability sampling*, responden yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah konsumen yang datang ke UD Jenang Kelapa Muda. Cara pengambilan responden yang digunakan adalah menggunakan *accidental sampling* yang mana pengambilan responden yang didasarkan responden yang ditemui atau yang dapat dijadikan anggota sampel (Widayat, 2004). Metode ini digunakan dengan alasan banyaknya populasi konsumen yang sedang membeli dan mengonsumsi jenang kelapa muda tidak diketahui secara pasti.

Roscoe dalam buku *Research Methods for Business* dalam buku Sugiyono (2018) memberikan saran-saran mengenai pengukuran sampel, apabila penelitian yang dilakukan akan menggunakan analisis multivariate (korelasi dan regresi ganda

misalnya) dalam menganalisis data yang diperoleh, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian.

$$n = \text{Jumlah variabel} \times 10$$

Pada penelitian ini menggunakan 5 variabel, sehingga jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini adalah sejumlah 50 responden.

3.3 Jenis Data dan Sumber Data

Data penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperoleh dari observasi, wawancara, data primer diperoleh dari pengisian kuesioner oleh konsumen yang sedang membeli di UD Jenang Kelapa Muda. Kuesioner tersebut berisi tanggapan responden mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk.
2. Data sekunder yang dibutuhkan berkaitan dengan penelitian yang dilakukan diperoleh dari instansi, Dinas Perindustrian Kabupaten Jombang, penelitian terdahulu, literatur, internet dan UD Jenang Kelapa Muda itu sendiri sebagai informasi tambahan yang dapat mendukung dalam penelitian ini.

3.4 Metode Pengambilan Data dan Jenis Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian yang berguna untuk mendukung analisis dan pembahasan masalah antara lain sebagai berikut ini:

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dan informasi dengan cara menayakan secara langsung kepada sumber penelitian atau responden tentang beberapa hal yang berhubungan dengan pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk. Wawancara untuk memperoleh dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan bisa dilakukan juga dengan tatap muka dengan maupun melalui telepon dengan responden Sugiyono (2018). Wawancara dilakukan kepada pemilik untuk mencari informasi tambahan mengenai UD. Jenang Kelapa Muda.

2. Observasi

Pengambilan data dengan metode observasi adalah dengan melakukan peninjauan secara langsung mengenai operasional perusahaan untuk memperoleh gambaran dan informasi yang sebenar-benarnya. Observasi merupakan teknik pengambilan data yang memiliki ciri spesifik dibandingkan dengan menggunakan teknik wawancara, dan kuesioner Sugiyono (2018).

3. Kuesioner

Kuesioner adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan kepada calon responden untuk menjawabnya. Kuesioner yang digunakan dapat berupa kuesioner dengan menggunakan pertanyaan terbuka atau tertutup, dan dapat diberikan secara langsung kepada responden atau melalui media internet atau pos (Sugiyono 2018). Kuesioner yang diunakan pada penelitian ini diberikan pada konsumen yang sedang membeli produk jenang kelapa muda.

3.5 Pengukuran Data

Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel laten dan variabel terukur.

1. Variabel Laten

Variabel laten merupakan variabel yang terbentuk melalui indikator-indikator yang diamati di dunia nyata. Variabel laten yang digunakan pada penelitian ini seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1 Variabel Laten

Simbol	Variabel Laten
X	Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian
Z	Atribut Produk
Y	Keputusan Pembelian

Sumber : Data primer diolah, 2019

2. Variabel Terukur

Variabel terukur adalah variabel yang datanya harus dicari dengan melakukan penelitian lapang. Variabel terukur pada penelitian ini terdapat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2 Instrumen penelitian

Variabel	Indikator
Atribut Produk (Z)	Merk (Z1.1) Kemasan Produk (Z1.2) Informasi Produk (XZ1.3)
Faktor Individu (X2)	Motivasi dan Kebutuhan (X2.1) Pengetahuan Konsumen (X2.2)
Faktor Lingkungan (X3)	Budaya (X3.1) Keluarga (X3.2) Kelas Sosial (X3.3)

Sumber : Data primer diolah, 2019

Lanjutan tabel 3.2 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator
Faktor Psikologi (X4)	Pengolahan Informasi (X4.1)
	Pengolahan Informasi (X4.2)
Keputusan Konsumen (Y)	Jumlah Pembelian (Y1.1)
	Pembelian ulang (Y1.2)

Sumber : Data primer diolah, 2019

Pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, tanggapan seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang sedang terjadi. Pada skala likert variabel yang digunakan akan dijabarkan menjadi indikator variabel Komalasari (2012). Skala likert digunakan dengan mengharuskan responden untuk menunjukkan derajat setuju atau tidak setuju pada indikator pada setiap variabel yang diajukan. Menurut Widayat, (2004) pelaksanaan pengisian kuesioner dapat dilakukan melalui surat, telepon, maupun wawancara secara langsung. Jawaban dari setiap indikator pada setiap variabel yang diajukan dengan menggunakan skala likert mempunyai tingkatan dari sangat setuju sampai dengan sangat tidak setuju, dan yang nantinya dibutuhkan dalam analisis kuantitatif, untuk itu dari setiap jawaban diberi skor yaitu:

1. Sangat tidak setuju diberi skor = 1
2. Tidak setuju diberi skor = 2
3. Ragu-ragu diberi skor = 3
4. Setuju diberi skor = 4
5. Sangat setuju diberi skor = 5

3.6 Metode Analisis Data

Analisis diskriptif adalah cara mengumpulkan dan menyiapkan data yang bertujuan untuk lebih mudah dibaca dan dipahami. Fungsi dari analisis diskriptif adalah untuk memberikan gambaran umum mengenai data yang diperoleh. Analisis diskriptif pada penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana perilaku konsumen jenang kelapa muda. Rumusan masalah yang selanjutnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian jenang kelapa muda yang meliputi atribut produk, faktor individu, faktor lingkungan, faktor psikologi dijawab dengan menggunakan skala likert yang kemudian dianalisis menggunakan bantuan alat analisis PLS.

1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Pengujian validitas pada instrument penelitian ini memiliki tujuan valid atau tidaknya setiap instrument yang ada pada setiap variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen yang digunakan dalam penelitian. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2018).

Metode validasi yang digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan program SmrtPLS. Pengambilan keputusan mengenai uji validitas adalah dari suatu perubahan indikator dalam mengukur variabel laten dapat dinilai dengan melihat nilai dari *Loading Factor* (LF). Nilai yang diharapkan dari LF indikator $\geq 0,7$ data dapat dikatakan valid.

Pengujian reliabilitas pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Instrumen yang mempunyai reliabilitas tinggi, menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan adalah baik. Kriteria pengambilan keputusan uji reliabilitas adalah jika data yang memiliki *composite reliability* lebih besar dari 0,7 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut mempunyai reliabilitas yang tinggi.

2. Penghitungan Kategori Variabel

Penghitungan kategori ini digunakan untuk mengelompokkan setiap indikator dari variabel yang ada kedalam setiap kategori berdasarkan batasan nilai yang sudah ditentukan. Pengkategorian indikator bertujuan untuk mengetahui tingkatan nilai dari setiap indikator variabel yang ada, perhitungan setiap kategori variabel akan mendukung dalam analisis diskriptif. Proses perhitungan dari pengelompokan variabel dapat menggunakan rumus dibawah ini:

$$\text{Skor maksimum} = \frac{\text{Jumlah pertanyaan (15)} \times \text{skor maksimum (5)}}{\text{Jumlah pertanyaan (15)}} = 5$$

$$\text{Skor minimum} = \frac{\text{Jumlah pertanyaan (15)} \times \text{skor minimum (1)}}{\text{Jumlah pertanyaan (15)}} = 1$$

$$\text{Besar kisaran} = \frac{\text{skor maksimum (5)} - \text{skor minimum (1)}}{\text{Jumlah kategori (5)}} = 0,8$$

Tabel 3.3 Penentuan Kategori Variabel

Batas Mean	Faktor Yang Mempengaruhi	Keputusan Pembelian
1- 1,79	Sangat Tidak Baik	Sangat Rendah
1,8-2,59	Tidak Baik	Rendah
2,6-3,39	Cukup Baik	Cukup Tinggi
3,4-4,19	Baik	Tinggi
4,2-5	Sangat Baik	Sangat Tinggi

Sumber : Data primer diolah, 2019

3. *Partial Least Square*

PLS merupakan metode analisis yang powerful karena dapat diterapkan pada semua skala data, tidak membutuhkan banyak asumsi dan ukuran sampel tidak harus besar. PLS selain dapat digunakan sebagai konfirmasi teori juga dapat digunakan untuk membangun hubungan yang belum ada landasan teorinya atau untuk pengujian proporsi Wigiarti, Bahrin, Gusti, & Sadimantara, (2012).

Terdapat tiga model hubungan yang analisis hubungan antar variabel dari indikator yaitu *outer model*, *inner model*, dan *weight relation*. Berikut penjelasan dari ketiga model:

a. *Outer model*

Outer model ialah spesifikasi hubungan antara konstruk laten dan indikatornya. *Outer model* juga disebut dengan *outer relation* atau *measurement model*, yang menjelaskan karakteristik variabel laten dengan indikator.

$$X = \Lambda_x \xi + \epsilon_x$$

$$y = \Lambda_y \eta + \epsilon_y$$

Dimana x dan y adalah indikator yang berhubungan dengan variabel laten eksogen dan endogen, sendogen Λ_x dan Λ_y merupakan matriks *loading* yang menggambarkan koefisien regresi sederhana yang menghubungkan variabel laten dengan inikatornya. e_x dan e_y adalah residual kesalahan pengukuran.

1) Validitas konvergen (*convergent validity*)

Validitas konvergen adalah nilai *loading faktor* pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Indikator validitas konvergen dilihat dari nilai *loading faktor* dan nilai AVE sebagai berikut ketentuan yang digunakan:

- Jika nilai *loading faktor* $> 0,5$ maka dikatakan sesuai kriteria yang ditetapkan
- Nilai *Average Variance Extracted* (AVE): nilai AVE yang diharapkan adalah sebesar $> 0,5$.

2) Validitas Diskriminan

Nilai validitas diskriminan ini merupakan nilai *cross loading* faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai konstruk yang dituju harus lebih besar dibanding nilai konstruk yang lainnya.

3) Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji untuk mengukur konsistensi dari alat pengukuran. Data yang ditetapkan agar data dapat dikatakan reliabilitas dengan syarat composite reliability $> 0,7$, dengan demikian data dapat dikatakan mempunyai reliabilitas yang tinggi.

b. *Inner model*

Inner model, yaitu spesifikasi hubungan hubungan antara variabel laten (*structural model*). Persamaan inner model dapat ditulis sebagai berikut:

$$\eta_j = \sum_i \beta_{ji} \eta_i + \sum_i \gamma_{jb} \xi_b + \xi_j$$

1) Uji Hipotesis

Menguji hipotesis dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Pengujian hipotesis dengan menggunakan nilai statistic maka untuk alpha yang digunakan adalah 5% dan nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Kriteria yang ditetapkan untuk pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

- Jika p-value < 5% maka H1 diterima.
- Jika p-value > 5% maka H1 ditolak

c. *Weight Relation*

Weight Relation adalah estimasi nilai kusus dari variabel laten. Nilai setiap variabel laten dapat diestimasi sebagai berikut:

$$\xi_b = \sum_{kb} W_{kb} X_{kb}$$

$$\eta_i = \sum_{ki} W_{ki} y_{ki}$$

Dimana W_{kb} dan X_{kb} adalah k *weight* digunakan untuk membentuk estimasi variabel laten ξ_b dan η_i . Estimasi pada variabel laten merupakan *linear agregat* dari indikator yang nilai *weightnya* didapatkan dengan menggunakan prosedur estimasi dari PLS.

Langkah-langkah dalam PLS-PM:

1. Membuat rancangan model struktur atau inner model

Inner model atau model structural menggambarkan hubungan antara variabel laten yang satu dengan yang lainnya.

2. Membuat rancangan model pengukuran atau *outer* model

Outer model atau model pengukuran pada prinsipnya model pengukuran merupakan salah satu cara dalam mengukur seberapa jauh indikator dapat menjelaskan variabel latennya.

3. Membuat diagram jalur

Pembuatan diagram jalur berfungsi untuk memvisualkan hubungan antara indikator dengan konstraknya serta antara konstruk yang akan mempermudah peneliti untuk melihat model secara keseluruhan.

4. Mengonverensikan diagram jalur ke system persamaan

5. Estimasi model (pendugaan)

a. *Weight estimate* digunakan sebagai parameter validitas dan reliabilitas instrument.

b. *Path estimate* yang menghubungkan antara variabel laten dengan indikatornya.

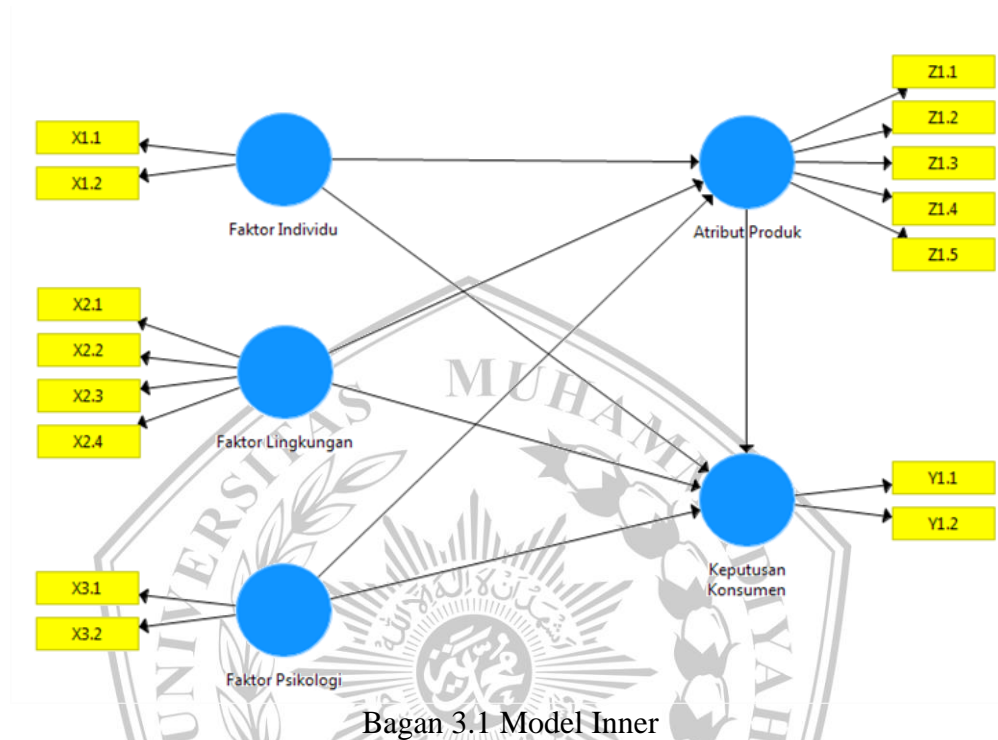
c. Berkaitan dengan *mean* dan konstanta variabel laten yang digunakan sebagai parameter, sifat hubungan kausalitas, dan rerata nilai sampel yang dihasilkan.

6. Evaluasi Model

Evaluasi model meliputi evaluasi model pengukuran dan evaluasi model struktural.

7. Interpretasi model

Interpretasi model adalah interpretasi berdasarkan kepada hasil model yang dibangun oleh peneliti.



Keterangan:

X : Merupakan variabel eksogen (independen)

Y : Merupakan variabel endogen (dipenden)

X1.1-X4.1 : Merupakan indikator penjelas

4. Analisis Jalur

Analisis jalur dikenal dengan *path analysis* dikembangkan oleh Sewall Wright pada tahun 1920-an. Analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel yang memiliki tujuan mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung, variabel tersebut adalah variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen) (Riduwan, 2007).